



**ANALISIS CITRA MEREK, DESAIN PRODUK, FITUR DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HP ANDROID MEREK
SAMSUNG (STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN UNIVERSITAS MURIA KUDUS)**

Diajukan oleh :

**ATIK SRI MULYANI
201211042**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2016**



**ANALISIS CITRA MEREK, DESAIN PRODUK, FITUR DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HP ANDROID MEREK
SAMSUNG (STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN UNIVERSITAS MURIA KUDUS)**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan jenjang pendidikan
Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi
Universitas Muria Kudus

Diajukan oleh :

ATIK SRI MULYANI
201211042

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2016**

**ANALISIS CITRA MEREK, DESAIN PRODUK, FITUR DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HP ANDROID MEREK
SAMSUNG (STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN UNIVERSITAS MURIA KUDUS)**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi

Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus

Kudus, Agustus 2016

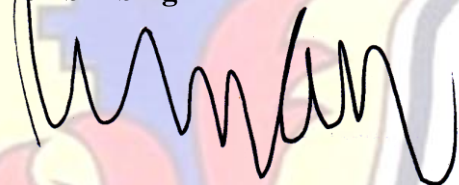
Mengetahui,

Ketua Progdi Manajemen



Noor Aziz, SE, MM
NIDN. 0609107501

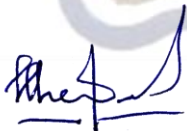
Pembimbing 1



Dr.Drs. Sukirman, S.Pd, SH, MM
NIDN. 0607095601

Mengetahui,

Dekan



Dr. Mochamad Edris, Drs,MM
NIDN. 0618066201

Pembimbing II



Dr. Kertati Sumekar, SE, MM
NIDN. 0616077304

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

1. *Kesuksesan seseorang tidak hanya diukur dari kepandaian dan kecerdasan saja, melainkan kemauan yang kuat dan kerja keras.*

(Ali Bin Abi Tholib)

2. *Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain, dan hanya kepada Allah lah hendaknya kamu berharap.*

(QS. Al- Insyiroh : 6 - 7)

PERSEMBAHAN :

1. Kedua orang tuaku tercinta
2. Partner hidupku
3. Kakakku tercinta
4. Teman-teman seperjuanganku
5. Almamater UMK

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “ANALISIS CITRA MEREK, DESAIN PRODUK, FITUR DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HP ANDROID MEREK SAMSUNG Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi program Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus.

Keberhasilan penelitian ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang menjadi motivasi penulis untuk menyelesaikan penelitian ini. Oleh karena itu dengan ketulusan hati penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya sehingga terwujudnya skripsi ini, kepada yang terhormat:

1. Dr. Suparno, SH. MS, selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. H. Mochamad Edris, Drs. MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi, yang telah memberi izin untuk mengadakan penelitian dalam penulisan skripsi.
3. Noor Azis SE, MM, selaku Ketua Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi yang telah memberi izin untuk mengadakan penelitian dalam penulisan skripsi
4. Dr. Drs. Sukirman, S.Pd, SH. MM selaku dosen pembimbing I yang telah banyak memberikan petunjuk, bimbingan dan arahan hingga terselesaikannya penulisan skripsi ini.
5. Dr. Kertati Sumekar SE, MM selaku dosen pembimbing II yang telah banyak memberikan petunjuk, bimbingan dan arahan hingga terselesaikannya penulisan skripsi ini.

6. Kepada kedua orang tuaku tercinta yang selalu memberikan semangat untuk tetap belajar dan terimakasih atas segala doa, ketulusan, dan sikap sabar serta penantian yang panjang.
7. Kepada Irwan Sugihartono partner hidupku terima kasih atas kasih sayang, perhatian, semangat, motivasi, dan doa yang selalu diberikan kepada penulis.
8. Sahabat-sahabatku Manajemen angkatan 2012 yang selalu mendukungku.

Tiada suatu apapun yang dapat penulis berikan kepada beliau yang telah ikut membantu dalam penyusunan skripsi ini, kecuali hanya do'a semoga Tuhan memberikan balasan yang setimpal. Amien. Akhir berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Kudus, 2016

ATIK SRI MULYANI

**ANALISIS CITRA MEREK, DESAIN PRODUK, FITUR DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HP ANDROID MEREK
SAMSUNG**

(Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas
Muria Kudus).

**ATIK SRI MULYANI
2012-11-042**

Pembimbing: 1. Dr. Drs. Sukirman, S.Pd, SH. MM .
2. Dr. Kertati Sumekar, SE, MM

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN
ABSTRAKSI**

Keputusan pembelian merupakan perilaku dari konsumen atau pelanggan untuk melakukan sesuatu yang berhubungan dengan jual beli, selain itu keputusan pembelian adalah langkah-langkah yang diambil oleh konsumen dalam bertransaksi. Dari keterangan diatas maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimana citra merek, desain prosuk, fitur dan promosi terhadap keputusan pembelian, sedangkan tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis citra merek, desain produk, fitur dan promosi terhadap keputusan pembelian baik secara parsial maupun berganda.

Jenis dan sumber datanya meliputi data primer dan sekunder, sampelnya sebanyak 100 responden, pengumpulan datanya menggunakan kuesioner, pengolahan datanya meliputi: *coding*, *editing* dan *tabulating* dan proses *input* dengan program komputer SPSS. Analisis datanya dengan menggunakan analisis deskriptif dan analisis statistik, dan analisis validitas dan reliabilitas untuk angket, serta analisis regresi. Hasil dari penelitian ini adalah citra merek, desain produk, fitur dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara parsial maupun berganda.

Kata kunci : citra merek, desain produk, fitur, promosi dan keputusan pembelian.

***ANALISYS OF BRAND IMAGE, PRODUCT DESIGN, FEATURES AND
PROMOTION ON PURCHASING DECISION ANDROID PHONE BRAND
SAMSUNG***

(Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas
Muria Kudus).

**ATIK SRI MULYANI
2012-11-042**

Pembimbing: 1. Dr. Drs. Sukirman, S.Pd, SH. MM
2. Dr. Kertati Sumekar, SE, MM

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

Abstrack

Purchasing decisions is the behavior of the consumer or customer to do something related to buying and selling , it selin purchase decisions are the steps taken by the consumer in bertransaksi . From the above information , the formulation of the problem of this research is how the brand image , design prosuk , features and promotions on purchasing decisions , while the purpose of this study was to analyze the brand image , product design , features and promotions on purchasing decisions either partially or multiple .

The types and sources of data include primary and secondary data , the sample of 100 respondents , gathering data using questionnaires , data processing include: coding , editing and tabulating and input process with SPSS . Data analysis using descriptive analysis and statistical analysis , and analysis of the validity and reliability of the questionnaire , as well as regression analysis . Results from this study is the brand image , product design , features and promotions influence on purchase decisions partially or multiple .

Keywords: brand image, product desig, features, promotions and purchasing decisions .

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
RINGKASAN / ABSTRAKSI	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Ruang Lingkup	4
1.3. Perumusan Masalah	4
1.4. Tujuan Penelitian	5
1.5. Manfaat Penelitian	6
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1. Manajemen Pemasaran.....	7
2.2. Pengertian Citra Merek.....	10
2.3. Pengertian Desain Produk.....	12
2.4. Pengertian Fitur.....	16
2.5. Pengertian Promosi.....	19
2.6. Pengertian Keputusan Pembelian.....	25
2.7. Hubungan Antar Variabel	30
2.8. Penelitian Terdahulu	34
2.9. Kerangka Pemikiran.....	36
BAB. III. METODE PENELITIAN	37
3.1. Rancangan Penelitian.....	37
3.2. Variabel Penelitian	37
3.3. Definisi Operasional	38
3.4. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel	41

3.5. Jenis dan Sumber Data	42
3.6. Uji Instrument.....	44
3.7. Pengumpulan Data	45
3.8. Metode Analisis Data.....	45
3.9. Analisis Regresi.....	46
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	50
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	50
4.1.1. Sejarah Singkat	50
4.1.2. Perkembangan UMK.....	51
4.1.3. Sejarah dan Perkembangan Fakultas Ekonomi.....	55
4.1.4. Visi, Misi dan Tujuan.....	55
4.1.5. Tujuan Fakultas Ekonomi UMK.....	55
4.1.6. Organisasi Fakultas Ekonomi.....	56
4.2. Penyajian Data	57
4.2.1. Uji Validitas	57
4.2.2. Uji Reliabilitas	60
4.3. Deskripsi Responden.....	61
4.4. Pengolahan Data.....	62
4.5. Analisis Data	66
4.6. Pembahasan.....	72
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	75
5.1. Kesimpulan	75
5.2. Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel.		
4.1. Uji Validitas Citra Merek		57
4.2. Uji Validitas Desain Produk.....		58
4.3. Uji Validitas Fitur.....		59
4.4. Uji Validitas Promosi.....		59
4.5. Uji Validitas Keputusan Pembelian.....		60
4.6. Uji Reliabilitas.....		61
4.7. Jenis Kelamin.....		61
4.8. Usia.....		62
4.9. Frekuensi Variabel Citra Merek.....		63
4.10. Frekuensi Variabel Desain Produk.....		63
4.11. Frekuensi Variabel Fitur		64
4.12. Frekuensi Variabel Promosi		65
4.13. Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian.....		65
4.14. Koefisien Standardizes Beta.....		66
4.15. Pengujian Hipotesis Penelitian.....		69
4.16. Pengujian Hipotesis Berganda.....		71
4.17. Determinasi.....		72

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran Teoritis	36
---	----

